

Sindicato das Agências de Propaganda no Estado de Minas Gerais – SINAPRO - MG

CÓDIGO DE ÉTICA

CAPÍTULO I - DO COMPROMISSO ASSOCIATIVO

CAPÍTULO II - DAS FINALIDADES

CAPÍTULO III - DOS PRINCÍPIOS

CAPÍTULO IV - DAS RELAÇÕES INTEREMPRESARIAIS

CAPÍTULO V - DA VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL

CAPÍTULO VI - DAS RELAÇÕES COM OS CLIENTES

CAPÍTULO VII - DO RESPEITO DAS LEIS

CAPÍTULO VIII – DAS INFRAÇÕES E DAS PENALIDADES

CAPÍTULO IX - DA COMISSÃO DE ÉTICA

O presente “Código de Ética” se fez necessário para criar uma maior identidade entre a filosofia da prática de publicidade e propaganda e a conduta das Agências de Propaganda. Embasado nos valores existentes, ele é o registro da postura e dos princípios das Agências na condução de seus negócios, portanto, afigura-se como fiel balizador do comportamento ético que se espera de nós, Associados.

CAPÍTULO I

DO COMPROMISSO ASSOCIATIVO

Artigo 1º - O presente Código de Ética abrange e obriga a todos os Associados do SINAPRO - MG que a ele aderem e se comprometem, a observá-lo e a fazer com que se cumpra em sua plenitude, em coerência com os princípios norteadores das ações da organização, que se querem válidos não apenas em seu interior, mas no contexto global da sociedade.

CAPÍTULO II

DAS FINALIDADES

Artigo 2º - O objetivo do presente Código é assegurar o bom relacionamento dos Associados nas suas atividades empresariais, estabelecendo bases de uma boa convivência e elevando, perante o mercado, o bom nome e o prestígio institucional das agências de propaganda, através da constante preservação do nosso patrimônio e de nossa imagem na sociedade.

Parágrafo Único - O presente Código constitui o conjunto de regras atinentes às relações jurídicas de serviços envolvidos pela atividade principal de publicidade e propaganda, para vigir e serem aplicadas às associadas entre si, entre estas e as empresas ou organismos dos setores conexos, bem assim com os contratantes de serviços, veículos e fornecedores.

CAPÍTULO III

DOS PRINCÍPIOS

Artigo 3º - O SINAPRO - MG é um sindicato de classe que tem por finalidade básica congregar as agências de publicidade e propaganda, que fornecem ao mercado em geral, serviços, devidamente estabelecidos em contratos e dentro dos limites da legislação pertinente.

Artigo 4º - Nos termos da Constituição Federal, o SINAPRO - MG representa seus Associados e, em nome deles, defende a livre concorrência, o respeito às regras de mercado e o direito de todos ao livre exercício empresarial.

Artigo 5º - O associado que tiver conhecimento de ato que constitua transgressão às normas do Estatuto Social ou mesmo desse Código de Ética tem o poder-dever de comunicar à Comissão de Ética e Disciplina, resguardado seu direito de não ser identificado.

CAPÍTULO IV

DAS RELAÇÕES INTEREMPRESARIAIS

Artigo 6º - O exercício da livre concorrência e a participação ativa no mercado têm por bases:

- a) O respeito mútuo entre os associados do SINAPRO - MG;
- b) A estrita observância de regras básicas para formulação de preços justos para trabalhos iguais;
- c) O não aviltamento de preços dos serviços, evitando desmoralizar a categoria e rebaixar o seu conceito perante o mercado;
- d) Condenação da prática de políticas suicidas de preços como procedimento desleal de concorrência e cujos resultados terminam sendo prejudiciais à classe, determinando, inclusive, a má qualidade dos serviços;
- e) Defender ativamente a prática de concorrências transparentes e isentas de artifícios que impliquem o favorecimento ilícito de algum participante;

- f) A valorização da qualidade e constante melhoria e aprimoramento dos serviços;
- g) O respeito à lei da Livre Concorrência e Licitações Públicas;
- h) O respeito à lei de Direitos Autorais;
- i) A observância dos preceitos constitucionais relativos à imagem e intimidade pessoal;
- j) A conscientização do dever de influenciar os clientes no sentido de evitar o desenvolvimento de produtos ou serviços que possam trazer riscos para o meio ambiente, estimulando-os para que adotem as melhores práticas de responsabilidade socioambiental em seus negócios;
- l) Não prospectar clientes já atendidos por outras agências de publicidade e propaganda em serviços semelhantes;
- m) Em situações de conflito, assumir posição aberta à negociação e ao entendimento;
- n) Não manifestar, publicamente, opinião sobre atos ou atitudes de funcionários públicos ou fazer comentários de natureza política que possam refletir negativamente na imagem do SINAPRO - MG.

Artigo 7º - O respeito entre as empresas deverá ser a pedra angular de todo associado do SINAPRO - MG, certo de que o prejuízo de um não será o lucro de outro, mas, sim, o prejuízo da categoria como um todo e, conseqüentemente, sua desvalorização perante o mercado.

Artigo 8º - Sem caracterização e nem espírito corporativo, o associado do SINAPRO - MG terá em vista sempre os interesses da categoria como um todo, valorizando os serviços prestados ao mercado como função relevante e de máxima importância na venda de bens produtos e serviços.

CAPÍTULO V

DA VALORIZAÇÃO EMPRESARIAL

Artigo 9º - A valorização empresarial será meta constante e dar-se-á pela prestação de serviço digno, criativo e de qualidade irrepreensível, com o recurso, sempre que possível, de novas conquistas tecnológicas.

Artigo 10º - A empresa associada ao SINAPRO - MG respeitará a seleção natural do mercado por meio de uma prática constante de melhoria dos serviços, da condição social do profissional e do combate às ações ilícitas de concorrência, especialmente aquelas que, por condições e preços, apresentam-se como predatórias e, conseqüentemente, atentem contra a classe como um todo, marginalizando-a na vida comercial.

Parágrafo Único - Não aceitar contratos que possam vir a ferir a dignidade das agências de publicidade e propaganda, e, que se contraponham aos princípios desse Código.

Artigo 11º - Preservar a identidade da classe é dever de todos, a fim de que se possa ter, individual e coletivamente, uma respeitável e ilibada posição perante a sociedade.

Artigo 12º - A identidade da classe é a sua face visível, que se caracteriza por uma postura empresarial correta, equilibrada e sem concessões que possam denegrir sua imagem.

Artigo 13º - Assegurar e trabalhar pela unidade de classe, como fator importante para alcançar reivindicações, é um dever primordial de cada associado, condenando-se, desde logo, as práticas que prejudiquem esse objetivo.

Artigo 14º - O associado do SINAPRO - MG, integrado no organismo social brasileiro, é um cumpridor de suas obrigações, devendo, por isso mesmo, respeitar as leis, as normas - escritas ou não - que regem as relações entre governos, empresas e cidadãos.

Artigo 15º - Cumpridor de suas obrigações, o associado do SINAPRO - MG lutará pelos seus direitos, pela plena cidadania, no que terá sempre o apoio ativo deste Sindicato.

CAPÍTULO VI

DAS RELAÇÕES COM OS CLIENTES

Artigo 16º - O cliente é a razão de ser da empresa e deve ser encarado com respeito, dentro dos limites da lei, pactuando-se com ele a prestação de serviços, objetos de cada empreitada sem concessões que, pelo seu caráter não profissional, possam vir a prejudicar a classe como um todo.

Parágrafo Único - As relações com fornecedores e veículos deverão pautar-se pela transparência, pelo respeito aos contratos e pela preocupação com o desenvolvimento técnico e equilíbrio financeiro.

Artigo 17º - A base das relações com o cliente é o contrato de prestação de serviços, o qual deverá fixar:

- a) A atividade a ser desenvolvida;
- b) O tempo de duração do contrato;
- c) O preço a ser cobrado;
- d) Os limites legais da atividade;
- e) Observância dos termos deste Código.

Artigo 18º - A gestão dos contratos deve acontecer de forma a assegurar os direitos e deveres entre as partes, observando-se sempre os prazos de validação dos serviços prestados neles vigentes, bem como pagamentos e eventuais prorrogações, para assim garantir a qualidade dos serviços contratados e o perfeito andamento daqueles por nós oferecidos.

CAPÍTULO VII

DO RESPEITO ÀS LEIS

Art. 19º - Em qualquer circunstância o associado do SINAPRO - MG respeitará os limites legais de suas atividades, não compartilhando e não aceitando exigências que ultrapassem tais prescrições, observando o seguinte:

- a) É caracterizada por desleal a prestação de serviços gratuitos ou por preços demasiadamente inferiores aos da concorrência, a qualquer título, excetuados, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja entidade incapaz de remunerá-los e cujos fins sejam de inegável proveito social coletivo;
- b) Com o objetivo de incentivar a produção de idéias novas de que tanto necessita a propaganda, presume-se sempre que a idéia pertença à Empresa criadora e não pode ser explorada sem que esta dela se beneficie;
- c) É imoral deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas. Recomenda-se também que sempre que tais dados sejam utilizados como elemento fundamental de persuasão, mencione-se sua fonte de origem;
- d) O plágio, ou a simples imitação de outra propaganda, é prática condenada e vedada;
- e) A Agência de Propaganda deve conhecer a legislação relativa a seu campo de atividade, e como tal, é responsável pelas infrações que, por negligência ou omissão intencional, possam levar o cliente a cometê-las, na execução do plano de propaganda que sugeriu e recomendou;
- f) A Agência de Propaganda deve respeitar as campanhas de seus concorrentes, jamais procurando atacá-las por atos, ou impedindo a sua divulgação. Nos textos que usa, deve exaltar as vantagens dos seus temas, sem que isso envolva críticas ou ataques diretos ao concorrente;
- g) A propaganda deve ser sempre ostensiva. A mistificação e o engodo que, escondendo a propaganda, decepcionam e confundem o público, são expressamente repudiados pelo SINAPRO - MG.

CAPÍTULO VIII

DAS INFRAÇÕES E DAS PENALIDADES

Artigo 20º - Constituem infrações à disciplina social desta sociedade:

- I - Deixar de cumprir, no prazo estabelecido, determinação do SINAPRO - MG ou contrariar norma instituída no Estatuto Social, Resoluções ou Código de Ética;
- II - Promover, por meios diretos ou indiretos, o descrédito e/ou o desrespeito aos princípios e normas prescritas no Estatuto Social, Resoluções ou Código de Ética;
- III - Protelar ou restringir o cumprimento de determinações emanadas da Assembléia Geral, da Diretoria ou da Comissão de Ética, salvo se protegido pela legislação em vigor;

IV - Coagir, influenciar ou tentar influenciar integrante da Comissão de Ética, em matéria passível de apreciação;

V - Participar, direta ou indiretamente, de qualquer movimento, ação ou grupo de influência que objetive retirar a força de atuação do SINAPRO - MG e seus órgãos, assim como em prejuízo das disposições do Estatuto Social, Resoluções e Código de Ética;

VI - Quebrar o sigilo a respeito de atos ou fatos de que tenham tido conhecimento em razão da investidura em cargo criado por esse Código de Ética, Estatuto Social ou Resoluções do SINAPRO - MG;

VII - Quebrar o sigilo que resguardar feitos em andamento perante a Comissão de Ética;

VIII – Utilizar de artifício ou ardil para se beneficiar em licitações, sejam públicas ou privadas.

Parágrafo Primeiro - O processo de aplicação das penalidades terá sempre o caráter contraditório, assegurado ao acusado o direito a ampla defesa.

Parágrafo Segundo - O associado será intimado, via protocolo, fax ou e-mail, com aviso de recebimento, comunicando do que é acusado, e terá prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da recepção, para apresentar defesa.

Parágrafo Terceiro - O resultado da apreciação da Comissão de Ética será também comunicado da mesma forma acima.

Parágrafo Quarto - O associado punido com a pena de exclusão ficará impedido, pelo prazo de um ano, de ser readmitido na entidade.

Parágrafo Quinto - A readmissão como sócio ocorrerá apenas quando a Diretoria, por solicitação do interessado, e por maioria simples, julgar sanados os efeitos do ato que motivou a exclusão e entender que existe a disposição de cumprimento do Estatuto Social, Resoluções e Código de Ética.

Parágrafo Sexto - Os processos de eliminação por falta de pagamento de contribuições serão considerados encerrados mediante o pagamento do débito.

Parágrafo Sétimo - A readmissão no caso de exclusão por falta de pagamento se dará apenas mediante o pagamento do débito acumulado.

Art. 21º - As infrações à disciplina social, após a devida apuração e processo legal, serão punidas segundo a sua gravidade, a contar de sua efetiva intimação, com as seguintes sanções:

I - advertência verbal no âmbito do SINAPRO - MG;

II – advertência escrita;

III - censura pública;

IV – suspensão;

V – exclusão do quadro associativo, inclusive com a cassação da placa de Associado.

Parágrafo Único - As penalidades impostas aos associados serão aplicadas pela Comissão de Ética, e, poderão, ou não, serem levadas ao conhecimento público.

CAPÍTULO IX

DOS PROCEDIMENTOS PROCESSUAIS

Artigo 22º - Recebida a representação ou denúncia, será observado o seguinte procedimento:

I - o Presidente da Comissão de Ética designará, alternadamente, relator para verificar a existência de indícios da ocorrência dos fatos alegados e, se positivo, instruir a Ação Ética através de relatório sintético; em caso negativo, deverá requerer à Comissão, que proceda ao arquivamento sumário da representação ou denúncia;

II - o relator remeterá cópia da Ação Ética e documentos relativos ao associado denunciado, que terá o prazo de 10 (dez) dias para apresentar sua defesa e apresentar provas;

III - esgotado o prazo sem a apresentação de defesa, e comprovada a entrega, o processo correrá à revelia;

IV - apresentada a defesa, o relator procederá às diligências e à instrução probatória que entender necessárias, ao fim das quais proferirá parecer, no prazo de cinco dias do efetivo recebimento, concluindo pela procedência da representação ou por seu arquivamento, oferecendo, na primeira hipótese, minuta de Portaria destinada à declaração da penalidade imposta;

V - o parecer do relator será submetido à Comissão de Ética, considerando-se aprovado se obtiver a maioria absoluta dos votos de seus membros;

VI - a rejeição do parecer obriga à designação de novo relator e nova instrução.

§ 1º - O prazo para conclusão do processo disciplinar será de 90 (noventa) dias de sua instauração, prorrogável por igual período, devendo ser concluído, impreterivelmente, em 180 (cento e oitenta) dias.

§ 2º - O processo poderá ser sobrestado por até trinta dias, por fato superveniente devidamente justificado.

§ 3º - O membro da Comissão de Ética estará impedido de atuar, de ofício, quando o processo disciplinar for do seu interesse próprio ou do sindicato a que pertença, caso em que será convocado membro suplente para compor a Comissão.

§ 4º - O contido nos autos dos processos da Comissão de Ética terá caráter reservado e somente poderá ser acessado por pessoas que não sejam as partes, mediante autorização do Presidente da Comissão e o Relator.

§ 5º - A guarda do processo cabe à Secretaria Geral do SINAPRO - MG.

Artigo 23º - Da decisão prolatada pela Comissão de Ética, somente caberá revisão, através de AGE, nas hipóteses de:

I – erro material;

II – julgamento baseado em prova falsa ou insuficiente;

III – existência de fato novo, modificativo do direito ou da obrigação, do qual a parte só tomou conhecimento após a decisão.

CAPÍTULO IX

DA COMISSÃO DE ÉTICA

Artigo 24º - A Comissão de Ética terá a finalidade de aplicar o presente Código nas bases aqui estabelecidas.

Artigo 25º - A Comissão de Ética será integrada por 5 (cinco) membros efetivos e o mesmo número de suplentes, eleitos em Assembléia Geral do SINAPRO - MG, e cujo mandato terá a mesma duração da Diretoria eleita; a escolha será feita sempre entre associados quites com suas obrigações, na pessoa de seus representantes, pessoas de reconhecida probidade e competência.

Parágrafo único - A Comissão de Ética poderá assessorar-se de especialistas, quando for necessário.

Artigo 26º - Em reunião convocada para tanto, a Comissão de Ética aprovará o regimento interno e elegerá seu Presidente e seu suplente.

Artigo 27º - A gestão do Código de Ética é de responsabilidade da Comissão de Ética, cujas atribuições são:

I – Divulgar, informar e estimular o cumprimento do Código de Ética;

II – Estimular, por meio da gestão, estratégica e participativa, o desenvolvimento da consciência ética e a responsabilidade de todos na realização de negócios comerciais;

III – Receber possíveis denúncias sobre violações ao Código de Ética, dando o encaminhamento correto e informando as medidas adotadas;

IV – Contribuir para a promoção da ética associativa e pública, por meio de ações preventivas, visando a tomada de consciência de todos sobre os desvios de conduta ética, evitando-os e disseminando as práticas adequadas, bem como promovendo espaços de debate permanente sobre o Código de Ética;

V – Deliberar sobre possíveis dúvidas de interpretação de conteúdo, posicionando-se como gestora formal do Código de Ética;

VI – Estabelecer junto com os gestores, as regras e as diretrizes da organização e da operacionalidade da própria Comissão de Ética, determinando e informando, de forma adequada, essas diretrizes.

Artigo 28º - A Comissão de Ética se reunirá sempre que houver matéria a ser apreciada, de ofício ou a pedido de qualquer associado ou, ainda, por convocação de seu Presidente ou do Presidente da entidade.

CAPÍTULO X

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 29º - A Comissão de Ética poderá emitir provimentos complementares à normatização desse Código, objetivando a celeridade e a transparência dos atos processuais e respeitando o princípio constitucional do amplo direito à defesa.

Artigo 30º - Alterações a esse Código de Ética só poderão ser efetuadas através de Assembléia Geral, pela maioria de dois terços dos associados presentes e com direito a voto, em primeira chamada, e, em segunda chamada com qualquer número de presentes.

Artigo 31º - Esse Código de Ética entra em vigor na data da sua aprovação.

Belo Horizonte, 10 julho de 2014.

Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO - MG